

EL LENGUAJE GRÁFICO DE EDUARDO CHILLIDA COMO APORTACIÓN CONCEPTUAL PARA LA IDENTIDAD TIPOGRÁFICA DE LA UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO —UPV/EHU—

Eduardo Herrera Fernández*, Daniel Rodríguez Valero**
Leire Fernández Iñurritegui*** y María Pérez Mena****

RESUMEN

Este proyecto de investigación financiado por la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea —UPV/EHU-PES 11/31—, a través de su programa de investigación estratégica, tiene como objetivo la creación de la tipografía de identidad visual corporativa de la Universidad del País Vasco —UPV/EHU—, cuyo inicio conceptual para dotar de unas características de identidad visual corporativa a la UPV/EHU, ha sido planteado desde las especulaciones estéticas sobre la forma, materializadas por Eduardo Chillida. En la producción gráfica de este artista encontramos una sutil coincidencia con principios vitales para la creación tipográfica, en cuanto al planteamiento de formas dinámicas y constructivas, en las que el rigor geométrico es vencido por una suerte de organicidad que parte del núcleo mismo de la estructura —«cursus»—, por la fuerza vital que imprime la acción modulada del gesto —«ductus»—; por la dialéctica entre lo lleno y lo vacío —forma/contraforma—, por el impulso y la espontaneidad —carácter—, o por la afirmación de un lenguaje plástico en la cultura diferenciada del medio en el que se vive —identidad—.

PALABRAS CLAVE: tipografía, Eduardo Chillida, Arte-Diseño, fuente EHU.

ABSTRACT

«The graphic language of Eduardo Chillida as a conceptual contribution to the typographic identity of the University of the Basque Country, UPV/EHU». This research project funded by the Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV/EHU-PES 11/31, is intended as part of its strategic research programme. This project is intended to create a typographic corporate visual identity for the University of The Basque Country, UPV/EHU. The conceptual starting-point is the need to provide the UPV/EHU with a set of corporate visual identity characteristics using a meaningful font style, and the approach has been provided by Eduardo Chillida's aesthetic reflections on the nature of form. Chillida's graphic production shows a subtle coincidence with vital principles for typographic creation, in terms of the approach to dynamic and constructive forms, in which geometric rigour is overcome by a kind of organicity that arises from the very heart of the structure—“cursus”; by a vital force that imprints the modulated action of the gesture—“ductus”; by the dialectic between what is full and what is empty—form/counter-form; by impulse and spontaneity—character; and by the affirmation of a visual language in the particular culture of the medium in which one is living—identity.

KEY WORDS: Typography, Eduardo Chillida, Art-Design, EHU font.



Desde Gutenberg hasta los inicios del diseño gráfico moderno, el medio tipográfico fue el nexo de unión necesario entre el contenido de la información y el ser humano que lo recibía. A partir de los primeros objetos de comunicación gráfica, se comenzó a atender al hecho de que la forma, el color, o la disposición de los elementos tipográficos poseían una dimensión visual que incidía en el contenido de la información. Dicho de otra forma: por medio de la imprenta el contenido es fijado también en forma de imágenes.

Ante una opinión, aún sensible en nuestro contexto cultural, que considera que el medio escrito, en general, y la tipografía, por extensión, es un mero contenedor pasivo del lenguaje —una aséptica traducción visual de la manifestación oral—, es necesario el planteamiento del diseño tipográfico como elemento coesencial del texto, postulando la necesidad de consideración de un paralelismo complementario entre el texto y el diseño tipográfico.

Es evidente que el proceso de lectura de un texto implica dos formas de recepción. En primer lugar, se establece un proceso de reconocimiento de las letras, leyéndolas y traduciéndolas directamente en contenidos, a través de mecanismos del lenguaje oral —conocimiento científico—. En segundo lugar, como imagen gráfica que generalmente no se percibe de modo consciente, se establece una apreciación de carácter expresivo plástico, desencadenando asociaciones con experiencias anteriores y sentimientos, o sensaciones estéticas —conocimiento estético—. Los caracteres tipográficos, independientemente de su legibilidad óptica y de su función primaria —la de ser transporte visual para la lengua—, son también transmisores de «lo atmosférico» (1). El ojo no sólo ve las cosas en sí, sino que las aprecia simultáneamente en múltiple relación con el entorno y con el ser humano como ser social. Bajo la diversidad de los fenómenos ópticos, vemos sobre todo aquellos que son importantes para la existencia humana. El hecho de ver es una comparación y una asociación a lo ya visto, a las imágenes preservadas en la memoria, y las experiencias hechas con anteriores fenómenos ópticos son trasladadas al momento de ver. Este procedimiento, totalmente orientado a la praxis y la espontaneidad de la reacción, fue una primera necesidad vital para el ser humano primitivo y un procedimiento análogo es la esencia de la comunicación estética. A la memoria pertenecen imágenes del recuerdo con las que se pueden hacer combinaciones, independientemente del lenguaje fonético, deduciendo sobre la base de una escritura de imágenes. Mientras el pensamiento lógico funciona sobre la base del lenguaje fonético, el pensamiento estético está basado en imágenes del recuerdo (2).

* Departamento de Dibujo, Facultad de Bellas Artes, Universidad del País Vasco —UPV/EHU—. E-mail: eduardo.herrera@ehu.es.

** Departamento de Comunicación y Psicología Social, Facultad de Económicas, Universidad de Alicante. E-mail: daniel.rodriquez@ua.es.

*** Departamento de Dibujo, Facultad de Bellas Artes, Universidad del País Vasco —UPV/EHU—. E-mail: leire.fernandez@ehu.es.

**** Departamento de Dibujo, Facultad de Bellas Artes, Universidad del País Vasco —UPV/EHU—. E-mail: m4riaperez@gmail.com.



Figura 1. Escultura y escritura gótica.

La importancia de la tipografía en la actualidad no debe estribar únicamente en una exigencia proyectiva derivada de la necesidad de transcribir el lenguaje verbal sobre los signos tipográficos, ni de su adaptación a los condicionantes de los nuevos artefactos comunicacionales: la tipografía posibilita una particular atención a la potencialidad expresiva de la palabra, entendida ésta sobre el plano de su visualidad (3). El diseño tipográfico debe ser el medio a través del cual se muestra el lenguaje y no debe ser considerado como algo ajeno al propio contenido del texto, como si fuera un espejo, sino como algo íntimamente ligado a él. Debe ser el organizador del lenguaje en el espacio, de modo que su objetivo no sea ya únicamente el de comunicar a través de la lectura, mediante una serie de estructuras visuales generadas para traducir conceptos y pensamientos, sino que se trata de otro modo de comunicar.

Estas reflexiones en torno a la imagen de la palabra son vitales para completar una alfabetización integral y cuyo ámbito no está determinado únicamente por los soportes impresos, sino también por los nuevos medios y soportes digitales.

Por otra parte, desde la aparición de los primeros tipos móviles de la imprenta, los postulados y justificaciones metafísicas de la creación artística han supuesto una punta de lanza de la tipografía, por vías superficiales —positivas— y paradigmas, que abrían caminos para nuevas propuestas.

El arte, en todas sus formas, siempre ha sido una fuente de experiencias e inspiración para el diseño, y en algunos momentos más cercanos, la tipografía ha actuado incluso como impulso, manifestación y promoción de la experimentación formal de los movimientos artísticos.

Es evidente que existe una línea, imposible de definir en cuanto a su grosor, entre el arte y el diseño, pero debe quedar claro desde el principio que ninguno de los dos podrá ser nunca la otra cosa o convertirse en tal al mismo tiempo. Aquello que diferencia irremediabilmente uno de otro es, esencialmente, la intención y la perspectiva ante las cosas. El fundamento esencial del diseño es, en cualquier caso,



solucionar problemas. Quizá podríamos sintetizar mejor este aspecto con una especie de sentencia: el diseño dirige y el arte sugiere. En este sentido, nos encontramos con el hecho evidente de que también a través de la imagen de la palabra, aparte de solucionar problemas de transcripción, se dirigen y sugieren emociones, actitudes, ideas..., en definitiva, algo que comporta un cierto grado de responsabilidad ante un mundo tecnificado, cada vez menos natural y cada vez más artificial y comercial. Y es en este contexto de saturación tecnológica en que cada vez cuesta más trabajo encontrar vías de innovación, en el que relacionar distintas disciplinas nos enriquece como seres humanos, nuestra conciencia se amplía para captar más aspectos desde los sentidos; así, la combinación de un mayor afluente de percepciones nos aporta nuevas posibilidades para imaginar, nuevas experiencias y nuevos recursos. El diseño y el arte se basan en ideas, en acontecimientos, y en técnicas, cuya retroalimentación con un fin constructivo y de progreso es sumamente enriquecedora para contribuir, de forma más concreta y eficaz, a una existencia más humana en el futuro.

Con estas premisas estamos apuntando a un lugar en el que nuestros problemas, como hacedores de letras, requieren que exista una relación estrecha entre la tipografía, el arte y esa cosa que se supone que debería ayudar a resolver una buena parte de dichos problemas, llamada tecnología.

LA «SUGERENCIA» DESDE LA OBRA GRÁFICA DE EDUARDO CHILLIDA

Desde este principio del arte como sugerencia, para el proyecto de la fuente tipográfica de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, hemos recurrido a un legado artístico con un arraigo común en nuestro medio sociocultural concreto, abordado, no a través de propuestas identitarias superficiales, particulares, excluyentes, o de características anecdóticas de representación costumbristas, como podría ser el caso de la denominada popularmente como «letra vasca», sino a través de resortes que impulsan desde «la identidad» la conexión con soluciones universales (4) e integradoras, como es el caso de la obra plástica vasca del escultor Eduardo Chillida.

A partir de la elección de unas formas enraizadas en la cultura tradicional vasca, y por ello connotativas de lo vasco, Eduardo Chillida configuró un lenguaje que afirma en su sobriedad, potencia y reciedumbre, las bases de su léxico plástico, en la cultura diferenciada del medio en que vivió. Desde una actitud creadora libre, opuesta a normas condicionantes, regida por el impulso, la espontaneidad y el gesto, con un lenguaje natural, limpio de polvo doctrinario y paja intelectual, en la obra gráfica de Eduardo Chillida podemos encontrar conceptos vinculados y coincidentes con criterios generales que han determinado tradicionalmente la creación tipográfica; rigurosidad formal y un orden explícito y directamente perceptible.

Antes de nada conviene matizar que en Chillida la relación entre escultura y gráfica es íntima y tiene diversos estratos. Ambas obras proceden de la misma mano, el lenguaje formal es idéntico. Pero esta estrecha relación entre escultura y gráfica, que comparten las formas y el aspecto de lo concreto, no debe inducir a considerar



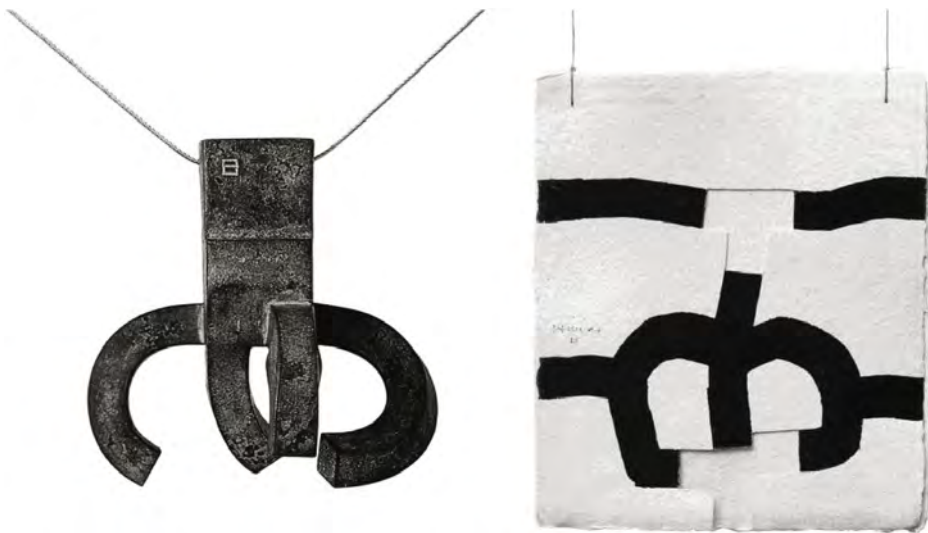


Figura 2. Identidad formal entre la obra escultórica y gráfica de Eduardo Chillida.

su obra gráfica como imágenes de esculturas. Una comparación rápida de la obra escultórica y gráfica de Chillida pone de manifiesto la relación evidente de una identidad formal; pero en su obra gráfica existe una renuncia expresa y consecuente de representación de perspectiva espacial (5).

A nivel más específico podríamos reflexionar sobre dos aspectos coincidentes en la obra gráfica de Eduardo Chillida con fundamentos vitales de la arquitectura tipográfica: espacio y estructura.

ESPACIO GRÁFICO

La construcción de una letra es una aventura en el espacio —contra el espacio y dentro del espacio a un mismo tiempo—. Así, en una definición de la tipografía como la forma de procesar el espacio visual del lenguaje verbal, incluyendo no solo la forma de la letra, sino también el contra-grafismo —el espacio no-verbal—, la relación entre forma y contraforma, que en la escritura se traduce como la relación entre el blanco y el negro, constituye la base de la percepción (6). En Eduardo Chillida, hombre especialmente sensible a lo que turbiamente denominamos espacio, esa aventura adquiere un valor ejemplificador. De alguna forma, en tipografía se define el blanco como en la obra de Chillida se define el espacio. De hecho, es la dialéctica entre el espacio exterior y el espacio interior la razón secreta de la obra de Chillida.

Aunque podamos establecer que, substancialmente, la tipografía es blanco y negro, podríamos incluso plantear que la tipografía es blanca, ni siquiera es negra. Es el espacio blanco entre los espacios negros lo que realmente la crea. En cierto



sentido es como la música; no son las notas, es el silencio que dejas entre las notas lo que constituye la música. El blanco, ese campo que supuestamente no es consumido, consigue tener el poder suficientemente elevado para que una fuente tipográfica sea realmente eficaz, es decir, sea comunicable. La obra gráfica de Chillida se caracteriza ante todo por su sobriedad, por el uso exclusivo del blanco y negro, materia y espacio, luz y oscuridad, como recursos que mejor le permiten expresar sus preocupaciones en torno a la generación de espacio.

La sensación que produce el espacio en blanco está determinada por lo construido, por lo que podemos establecer que la lectura del medio tipográfico está sometida a los principios de relación que se desprenden de la suma de lo construido. Por eso, en tipografía, al igual que en la obra de Eduardo Chillida, se puede hablar del espacio en blanco —el vacío, el hueco— como un espacio semántico, puesto que lo no afectado por la construcción está especialmente afectado por el sentido y la intención de lo construido.

En nuestro proyecto tipográfico el espacio se establece como el verdadero problema, pero no en el sentido del miedo de los escritores al espacio en blanco, sino muy al contrario, como el oxígeno necesario que una tipografía necesita para vivir. Este factor que es básicamente técnico, es evidente que la mayoría de las veces no se consigue alcanzar utilizando solo la técnica.

ESTRUCTURA FORMAL

Otro aspecto coincidente de nuestra concepción previa del proyecto tipográfico con la obra de Eduardo Chillida es el extremo interés por la forma, cuya gestación y desarrollo se producen en íntima relación con el espacio en el que se instaura. Las formas de la obra de Chillida son dinámicas, potentes y constructivas, en las que el rigor geométrico es vencido por una suerte de organicidad que parte del núcleo mismo de la forma y por la fuerza vital que imprime la acción moduladora del gesto. De esta manera Chillida se centra en la exploración de la naturaleza de la forma.

Efectivamente, la obra de Eduardo Chillida parte de la observación de la naturaleza, buscando en ella la inspiración para sus formas. Así, sus formas son ordenadas sin ser simétricas; sus formas son en realidad una lucha contra la simetría. Desde una profunda reflexión, Chillida plantea que la aplicación que se hace hoy en día con tanta facilidad en el mundo de la técnica —de la geometría a la realidad— es un error en el sentido de que la geometría sólo es válida en la mente. Es decir, Euclides, cuando inventa sus puntos geométricos, parte de una base maravillosa, un lugar sin dimensión, que es el punto. Pero en un papel un punto tiene dimensiones y entonces se hunde todo; la geometría sobre la que está fundado el mundo de la técnica es toda falsa. Para Chillida la geometría no existe, por lo que habría que apoyar ese mundo técnico en otra estructura que no fuera solamente conceptual, sino que fuera de otro orden. En este aspecto se consideraba «un fuera de la ley» (7). Su proceso de creación formal estaba determinado por algo más que cuestiones sólo de física o de geometría; en realidad planteaba una especie de ecuación en la





Figura 3. Trazos gráficos de Eduardo Chillida.



Figura 4. Inicio del proceso de dibujo del proyecto de la fuente EHU.

cual los datos son de todo orden, no sólo números, son sensaciones, son pasiones..., en definitiva, todo lo que comporta un proceso vital.

En principio, el apoyo «lógico» de una construcción en la fórmula de la ortogonalidad —vertical y horizontal—grafica a todo el mundo gracias a su prin-





Figura 5. Detalles de la obra escultórica de Eduardo Chillida.

cipio de que así todo «funciona». Pero, para Chillida, construir con el ángulo recto supone una trampa en la que no hay que caer. Así, recordaba frecuentemente a los antiguos griegos que determinaron el ángulo recto desde una visión antropológica, considerándolo como el ángulo que hace el ser humano con su sombra. A este ángulo, que es vivo, lo denominaron gnomon —indicador—, del que no sabemos si tiene 90, 89 o 92 grados. De hecho es un ángulo vivo, que puede tener toda clase de variantes y que en las obras de Chillida desplaza el rigor o la frialdad del ángulo recto hacia uno ligeramente obtuso o ligeramente agudo, proponiendo respuestas espaciales infinitamente más ricas.

Tal y como él mismo planteaba: «Creo que el ángulo de 90° admite con dificultad el diálogo con otros ángulos rectos. Por el contrario los ángulos entre los 88° y los 93°, son más tolerantes, y su uso enriquece el diálogo espacial. Creo que la virtud está cerca del ángulo recto. Pero no en él» (8).

Estas reflexiones previas nos llevaron al grupo de investigación de este proyecto a reafirmarnos en ese precioso y vivo ángulo «recto» de los griegos, desde una consideración profundamente humanista como criterio básico de configuración formal de nuestra fuente tipográfica, afirmando que el proceder del ser humano está vivo y por lo tanto debemos transmitir parte de esa energía vital al proyecto.

CRITERIOS TÉCNICOS

Entre los requisitos básicos planteados en este proyecto de investigación se encuentra la adecuación de la tipografía para su óptima visualización en las pantallas de los puestos de trabajo de gestión, docencia e investigación de esta institución universitaria. Para ello, mostraremos también, brevemente, el establecimiento



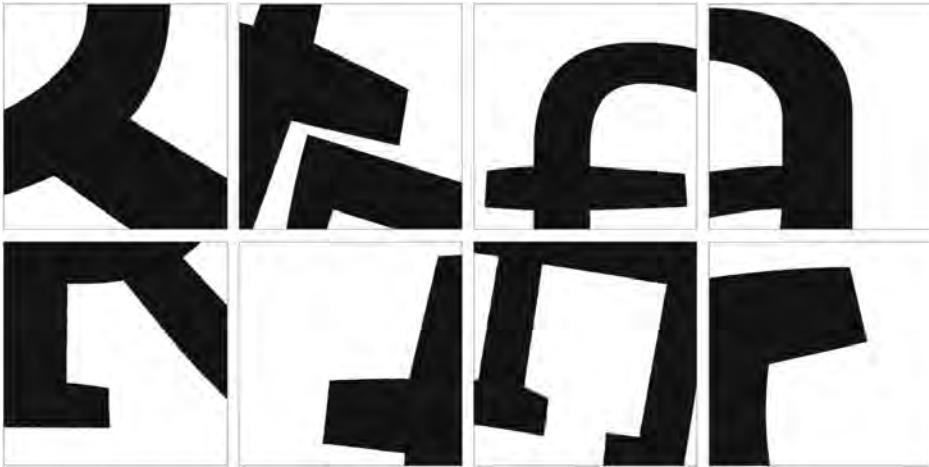


Figura 6. Detalles de las primeras aproximaciones formales de la fuente tipográfica EHU.

del conjunto de criterios técnicos previos que sistematizarán al grupo de signos alfabéticos de la fuente EHU, lo que pone en evidencia la necesidad de conocer y reflexionar sobre los fundamentos que afectan no solamente a la potencialidad expresiva de la palabra, entendida sobre el plano de su visualidad, sino sobre aquellos aspectos ergonómicos en función de la legibilidad, reconsiderados por nuevos hábitos perceptivos.

En cuanto a los criterios técnicos generales que sistematizarán al grupo de signos alfabéticos de la fuente EHU, una de las premisas esenciales de este proyecto de investigación es la consideración del fundamento esencial que determina a la tipografía en su finalidad práctica precisa: la transmisión de información a través de formas visuales. Así, nuestro proyecto para la creación de la fuente tipográfica EHU se plantea desde su adecuación al despertar de la explosión digital de sentido cultural e innovación social.

Hoy por hoy cuesta imaginar un proyecto de diseño de tipografía corporativa en el que no se piense en la pantalla. Incluso en aquellos trabajos orientados a la impresión —pongamos por caso una tipografía para un periódico en papel— hay que ocuparse y preocuparse por el rendimiento en pantalla, el medio en el cual se escribe, se compone y se visualiza la información. Por no hablar de las tipografías específicamente diseñadas para el entorno web, en cuyo caso la pantalla es casi el soporte único de la experiencia de usuario.

En nuestro proyecto de investigación, al requerirse una aplicabilidad práctica para la UPV/EHU, se nos presentó la dificultad de tener que trabajar para más de 10.000 personas y para múltiples soportes y usos, incluyendo señalización, papelería corporativa, publicaciones impresas, pantallas y, por supuesto, la web corporativa de la UPV/EHU. Todo esto —para terminar de complicarlo, o enriquecerlo— en dos idiomas.



La variación de distancias y tamaños es, por lo tanto, tremenda: desde lo más pequeño y cercano —las letras en la pantalla de un teléfono móvil inteligente— hasta lo más grande y lejano —los rótulos de un edificio, o las letras en un mural gigante—. Inicialmente nos planteamos crear dos versiones de cada fuente, una para texto impreso y otra para pantalla/señalética; pero los plazos y la cantidad de trabajo que eso implica nos llevó a centrarnos en la segunda opción: un alfabeto de proporciones generosas y bajo contraste que se adapte a las necesidades de la pantalla. Un tipo con el suficiente rigor formal para que mantenga sus características formales cuando sea «exprimido» —si se nos permite el juego de palabras— a baja resolución, pero que a su vez tenga la capacidad gráfica de reconocerse y reforzar un significado identitario en el proceso de comunicación escrita; ese necesario desvío intencionado de ese esqueleto común por el que reconocemos a cada letra.

Las letras no sólo quedan escritas en papel o en pantalla, sino que también quedan inscritas en la mente de unos seres humanos que pensamos visualmente.

LAS PROPORCIONES DE UN TIPO EN PANTALLA

En relación a las decisiones que han sido tomadas en cuenta para establecer las proporciones —tanto verticales como horizontales— del alfabeto, en la escala vertical, optamos por crear un ojo medio grande, aunque sin llegar al extremo de algunos proyectos elaborados específicamente para su adaptación en pantalla. Las medidas son, dentro de un cuadratín —«em square»— de 1.000 unidades, las siguientes:

- 231 uc —unidades de cuadratín («em units»)— para las ascendentes.
- 535 uc para la altura de x.
- 216 uc para las descendentes —las 18 uc que faltan son para los hombros — «internal leading»—, siguiendo la tradición europea—. Los americanos apuran todo el espacio —véase la Verdana, por ejemplo—.

En la figura 7 podemos ver una comparación entre varias fuentes de pantalla y de papel con nuestro alfabeto.

Respecto a la escala horizontal, una vez dibujadas todas las letras nos dimos cuenta de que había que ensanchar el «cursus» —la estructura o esqueleto de la letra— y dotar a nuestro alfabeto de un aspecto más recio, con lo que conseguimos dos objetivos: mejorar su definición en pantalla y mantener la coherencia con la potencia constructiva vital del gesto en el trazo gráfico de Eduardo Chillida.

Para la optimización de un tipo en pantalla, el limitarse a la ampliación de la altura del ojo medio —altura de x— de una letra cualquiera, determina una versión semi- estrecha, alargada, de la misma. Por mero sentido común, al crecer una dimensión debe crecer la otra.

En la figura 8 podemos ver una comparación entre los distintos gruesos de varios caracteres de las fuentes anteriormente empleadas.





Figura 7. Tabla comparativa de las proporciones de algunos tipos en pantalla.

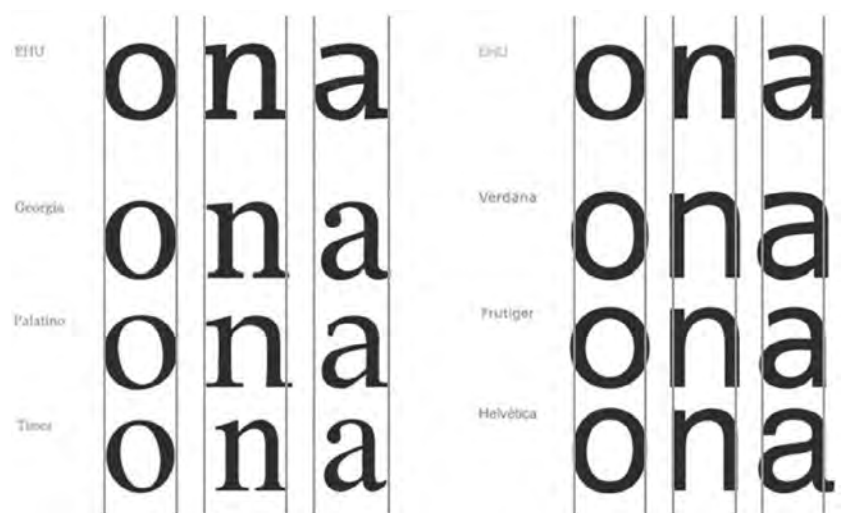


Figura 8. Tabla comparativa de los gruesos de algunos tipos en pantalla.

EL CONTRASTE EN UN TIPO PARA PANTALLA

En nuestra opinión es preferible que las letras en pantalla —al menos por el momento— tengan un contraste cercano al 1:1; en bajas resoluciones, la cantidad de píxeles disponibles es escasa y por lo tanto es más fácil dibujar una letra con sus astas horizontales y verticales del mismo grosor. Durante el proceso de rastreo



Eliti 1:0,755		1:0,715	Eliti 1:0,755		1:0,715
Georgia 1:0,418		1:0,368	Verdana 1:0,888		1:0,830
Palatino 1:0,505		1:0,388	Frutiger 1:0,88		1:0,830
Times 1:0,433		1:0,319	Holvetica 1:0,886		1:0,86

Figura 9. Tabla comparativa del contraste de algunos tipos en pantalla.

—«rasterizing»—, que no deja de ser una traducción del «idioma» vectorial a bit-map, se producen distorsiones que pueden provocar diferencias de grosor bastante apreciables. Trabajar con contrastes lejanos al 1:1 puede conllevar algún problema cuando la pantalla muestra el peor de los casos: la letra de 1 píxel de asta. En este caso, una diferencia de grosor en el original vectorial puede producir que partes de astas no se «pinten» porque su grosor se ha redondeado a 0, o que se conviertan en astas de 2 píxeles que parecen propios de la versión negra.

En cuerpos grandes o pantallas de alta resolución —como las que soportan hoy en día algunos teléfonos y tabletas— el problema desaparece, pero no deseábamos tener una serie de cuerpos que se puedan ver deficientemente en pantalla. Por ello se tomó la decisión de ir a un contraste bajo, pero sin llegar al extremo de las neogrotescas, porque tenía que funcionar también en papel. Esta decisión nos obligará a trabajar más con el «hinting» de la fuente, descartando la posibilidad de utilizar herramientas automáticas como «tftautohint» —la que se usa para las Google Fonts, por ejemplo—.

EL TAMAÑO DE LOS TIPOS EN PANTALLA

Quando se diseña una tipografía para cuerpo de lectura en papel el cuerpo ideal —el que se usa con más frecuencia, al menos— es de 12 puntos. Los diseñadores hemos de tenerlo en cuenta pues nuestras pantallas cada vez son más grandes y no es infrecuente encontrarse diseñando un cuerpo 12 en una pantalla de 27 pulgadas

Figura 10. Nivel de detalle del cuerpo 16.

y con tamaños gigantescos. Evitamos el peligro de desviarnos imprimiendo frecuentemente en el cuerpo mencionado, haciendo correcciones y volviendo a la pantalla —de nuevo, las pantallas de alta resolución nos ahorrarán muchos problemas—.

En tipos para pantalla, el cuerpo ideal es de 16 puntos (9). Esto se debe a un problema bastante lógico de distancias: el papel suele estar a la distancia que nos dan los brazos, mientras que las pantallas se sitúan ligeramente más lejos, un tercio más o menos. Eso explica el cuerpo 16, y que los diseñadores web —que no han cambiado todavía de paradigma tradicional— se empeñen en hacer páginas con textos en cuerpo 12 que no se leen.

En nuestro proyecto las pruebas siempre tienden al cuerpo 16: al principio han de ser en papel, pero con el transcurso de los meses y durante el proceso de «hinting» pasaremos a pantalla.

LOS DETALLES DE UN TIPO EN PANTALLA

Las pantallas de baja resolución tienden a eliminar los detalles, a igualar las formas en cuerpos pequeños. Un cuerpo 16, por ejemplo, mide 16 píxeles a 72 píxeles por pulgada. Trasladando nuestras medidas a un cuadratín de 16 píxeles conseguimos 8 para el ojo principal, 4 para las ascendentes y 4 para las descendentes. Como puede verse en la figura 8, no nos deja demasiado espacio para el detalle.

Aquí tuvimos que resolver una paradoja: en coherencia con el lenguaje gráfico de Eduardo Chillida, planteamos una concepción gráfica constructiva y orgánica para el proyecto de la fuente EHU, que rompa con la ortogonalidad euclidiana tradicional. Pero las pantallas de baja resolución —el estándar actual, con una media de 100 ppp— nos fuerza a recurrir a esta geometría en cada detalle. Por lo tanto nuestro alfabeto mantiene la ortogonalidad sólo en las astas verticales y horizontales para no tener problemas con el «hinting», trasladando la sutileza de ese fascinante ángulo de los antiguos griegos pre-euclidianos a los remates. En base a este condicionante se tuvo que asumir la pérdida de esos detalles, con lo que debíamos asegurar el mantenimiento del carácter del alfabeto a través de otras características, como la transitividad de su estructura o las peculiaridades de algunas contraformas, como la de la panza de la «a» de caja baja. Describimos la estructura de nuestras letras como transitiva en lugar de cursiva para no inducir a error. Habitualmente



jovencillo	velcrozko
empozoñado	mihidun gure
de whisky	yeti peluxeak
que figurota	kiwi bat jan du
exhibes	quark festan

Figura 11. Prueba de un pangrama con la fuente EHU, en castellano y en euskera.

el término cursiva se refiere a las variantes inclinadas de la familia gráfica, cuando sus formas se adaptan a la escritura rápida —ejecutadas de un solo trazo y muchas veces ligadas—. Pero en realidad proviene del latín «cursus» —correr, carrera—, y se caracteriza sólo por ser formas transitivas que se pueden escribir sin levantar la pluma del papel.

Sin embargo entendimos que la cursividad aportaba un carácter de mayor congruencia humana a las letras en pantalla. En relación a este aspecto, tuvimos en cuenta, por ejemplo, que gran parte de las tipografías del catálogo de Google Fonts está integrado por letras caligráficas. A finales de mayo de 2012, este catálogo constaba de 501 familias tipográficas, de las cuales 102 son caligráficas, tantas como romanas —«serif»—, 119 de palo seco —«sans serif»— y 178 de fantasía —«display»—. No sabemos a ciencia cierta si las formas transitivas se leen mejor en pantalla, pero hoy por hoy tampoco hemos dilucidado si se leen mejor las romanas o los palos secos. De todas maneras hemos optado por esta peculiaridad de la que disfrutaban pocas tipografías —aunque cada vez se diseñan más, quizás estemos ante una tendencia tipográfica— por darle carácter e intentar facilitar la lectura en bajas resoluciones, haciendo que la estructura guíe al ojo lo mejor posible, recordando la manera en la que escribimos de modo fluido, informal y rápido. Quizás nuestro cerebro esté mejor entrenado para percibir este tipo de forma (10).

CONCLUSIÓN

Toda obra tipográfica debe tener un sentido, siendo su lugar en el mundo lo que le aporta significado. La tarea de dar forma al sentido es sin duda un ejercicio poético y, por ello, es necesario resaltar que una forma tipográfica es, más allá de la tinta, una percepción esencialmente sensible.

En el azaroso mapa de signos de nuestro entorno gráfico-comunicativo, las formas tipográficas, convertidas en signos, están literalmente hablando o, mejor





Figura 12. Dos fundiciones: obra de Eduardo Chillida y alfabeto EHU.

dicho, son imágenes que están literalmente hablando —«littera»: letra / según la letra y significación natural de las palabras—. En la conceptualización de nuestro proyecto de investigación para la «fundición» EHU —término primigenio, que derivó accidentalmente en «fuente»—, hemos partido de una estética de la semejanza y la vecindad de referentes comunes con la obra de Eduardo Chillida, intentando comprender al máximo sus propuestas poéticas, para adecuarlas a los requisitos que hoy en día pueden caracterizar a la tipografía, y que para Eduardo Chillida determinan el arte: la poesía y la construcción. Como planteaba Rubén Fontana (11): «Y aunque el diseño no es arte, en ocasiones, debe permitirse la poesía».

Manteniendo, lógicamente, las fronteras genéricas del arte y el diseño, el resultado final del proyecto tipográfico que presentamos pone de manifiesto una oportunidad de confluencia y compenetración entre estos dos campos; la coincidencia «en el punto más alto» de los distintos lados de una misma pirámide.

Este proyecto tipográfico intenta superar las fronteras entre géneros y disciplinas cuando ya hemos atravesado las puertas de una nueva cultura de la imagen que se ha cimentado sobre los avances tecnológicos en la que la pantalla ha irrumpido como soporte gráfico e intelectual que aspira a la hegemonía cognitiva. Un momento en el que los nuevos soportes de comunicación escrita y las posibilidades tecnológicas de producción tipográfica han superado ya el concepto de simplicidad geométrica como criterio de buen diseño tipográfico, y que evidencian la importancia primordial de restablecer la coherencia natural y el rigor estético. Se trata, en suma, de «purificar» la imagen de la palabra, planteando un



equilibrio adecuado entre la melodía del lenguaje, la significación intelectual y la plástica gráfica.

Recibido: 04-07-2012. Aceptado: 06-05-2013.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) HERRERA, E., (2001). «La pantalla como nuevo soporte de la imagen de la palabra», *Temas de Disseny - TdD*, 18, Barcelona: Elisava Edicions, p. 157.
- (2) KAPR, A. Y SCHILLER, W. (1983). *Gestalt und Funktion der Typografie*, Leipzig: VEB Fachbuchverlag, p. 16.
- (3) BARDAVIO, J.M. (1975). *La versatilidad del signo*, Madrid: Alberto Corazón ed., p. 11.
- (4) ÁLVAREZ, M^a.S. (2010). «Oteiza y Chillida: La escultura vasca entre el proyecto moderno y la imprenta del pasado». <euskonews.com/0270zkb/gaia20703es.html> [Consulted 03/05/2012].
- (5) VAN DER KOELEN, M. (1997). *Eduardo Chillida. OPUS P.II. Catálogo completo de la obra gráfica. 1973-1985*, München: Chorus-Verlag, p. 8.
- (6) NOORDZIJ, G. (2009), *El trazo: teoría de la escritura*, Valencia: Campgràfic, p. 14.
- (7) VVAA. (2003). *Elogio del horizonte. Conversaciones con Eduardo Chillida*, Barcelona: Ediciones Destino, p. 116.
- (8) CHILLIDA, L. (2005). «La expresión material-tridimensional de conceptos matemáticos en la obra de Eduardo Chillida». *SIGMA*, 27, p. 107.
- (9) BILÁK, P. (2010). «Font Hinting. Typotheque». <<http://www.typotheque.com/articles/hinting>> [Consulted 03/05/2012].
- (10) RODRÍGUEZ, D. (2012), *Tipografía Digital*, Valencia: Campgràfic.
- (11) VVAA. (1993), *Rubén Fontana*, Barcelona: Gustavo Gili, p. 166.

